

PRESSEMITTEILUNG

22 Prozent mehr Umsatz durch parallele Optimierung von SEA und SEO

Weltweit erstes Bid-Management, das SEO und SEA intelligent verschmilzt und Daten zusammenhängend interpretiert / Tool zeigt Umsatzpotenziale für Top-SEO-Keywords

München, 3. Mai 2011 – intelliAd launcht weltweit die erste Software zur Verschmelzung von SEO- und SEA-Daten. Der unabhängige Technologieanbieter aus München hat dazu Schnittstellen zu führenden SEO-Tools geschaffen. Damit ist intelliAd in der Lage, SEO-Daten um Klick- und Conversiondaten anzureichern. Der Online-Marketing-Manager kann diese Daten endlich in nur einem System sehen und auch im SEO auf Conversionbasis optimieren. Bislang gab es keine SEA-Tools, die auch SEO-Daten integrieren. Diese Daten musste sich der verantwortliche Online-Marketing-Manager aus anderen Quellen wie der Webanalyse ziehen und dann manuell mit den Daten aus den laufenden Adwords-Kampagnen vergleichen.

Mit dem [SEA/SEO-Analyzer von intelliAd](#) können die beiden Datenquellen SEA und SEO jetzt zusammengeführt werden, um die Wechselwirkungen zu analysieren und Verbesserungsmöglichkeiten in beiden Bereichen aufzuzeigen. Auf dieser Basis werden die Top-SEO-Keywords berechnet, die das größte Umsatzpotenzial aufweisen. Eine interne Analyse von 924.458 Keywords von Mitte Februar bis Mitte März 2011 ergab, dass sich durch diese Vorgehensweise Conversionsteigerungen von 26 Prozent und Umsatzsteigerungen von 22 Prozent erzielen ließen, wenn die Top 10 Keywords auf Position 1 im SEO optimiert würden.

intelliAd interpretiert die Daten, indem die Keywordlisten aus SEA und SEO einschließlich der Performancedaten zusammengeführt und verglichen werden. Daraus werden Leistungspotenziale wie beispielsweise der erwartete Gewinn errechnet. Grundlage für diese Potenzialanalyse ist ein Algorithmus, der im SEA zum Beispiel die Conversion-Rate und den ROI berücksichtigt. Im SEO werden Kriterien wie die aktuelle Position, das Suchvolumen, die Suchergebnisdichte und der Wettbewerb auf dem Keyword herangezogen. Der Vorteil ist, dass die Interpretation auf echten Daten basiert: „Das System weiß, dass ein Wort in Adwords gut funktioniert und empfiehlt es dann zur Optimierung im Index“, erklärt Mischa Rürup, COO der intelliAd Media GmbH. „So ergeben sich gesicherte Handlungsempfehlungen für den SEO-Manager und es wird auf die wirklich wichtigen Keywords optimiert“, erläutert Rürup. „Unserer Erfahrung nach wird oftmals auf die falschen Keywords optimiert, weil diese irgendwann mal definiert und nie hinterfragt wurden“, kann Rürup berichten.

Im Umkehrschluss werden leistungsstarke Suchanfragen aus dem SEO erkannt und als neue Keywords in Google Adwords vorgeschlagen. Durch eine Hybridstrategie können sich zudem deutliche Kosteneinsparungen ergeben. Je nach Ziel-ROI kann es sinnvoll sein, die CPC-Gebote im SEA bei Keywords mit bereits gutem SEO-

Ranking zu senken. Dies wird auch durch die ersten Testkunden bestätigt: „Für E-Shops ist eine gute Position in den Suchergebnissen mit hohen Conversion-Rates das A und O. Mit dem SEA/SEO-Analyzer haben wir unsere Position in den SERPs verbessert und einige neue, performante Keywords aus dem SEO fürs SEA entdeckt“, lautet das Fazit von Jan Heisse, Geschäftsführer Designhütte GmbH.

„Bisher fehlten den SEO-Tools Conversion-Daten aus dem SEA. Wir schaffen mit dem SEA/SEO-Analyzer einen Austausch, von dem beide Seiten profitieren. Denn nur so kann man die Synergien zwischen SEA und SEO systematisch aufdecken“, weiß Rürup aus langer Erfahrung. „Es wird Zeit, dass die beiden Welten SEA und SEO stärker zusammenwachsen – zum Vorteil aller Beteiligten.“

Über intelliAd:

intelliAd ist ein unabhängiges Technologieunternehmen mit Sitz in München. intelliAd bietet Werbungtreibenden und Agenturen eine Software, mit der sich die Performance aller Online-Marketing-Aktivitäten signifikant verbessern lässt. Kernstück der Plattform ist das Bid-Management-Tool, mit dem SEM-Kampagnen zeitsparend verwaltet und optimiert werden können. Durch eine übergreifende Multichannel-Optimierung können die Synergie-Effekte zwischen den Kanälen SEM, SEO, Display-, Affiliate-, Social-Media- und E-Mail-Marketing analysiert werden. Die Erkenntnisse daraus werden direkt im Bid-Management berücksichtigt. Dieser 360-Grad-Blick auf alle Online-Marketing-Maßnahmen ermöglicht den bestmöglichen Einsatz des gesamten Online-Werbebudgets. Neben zahlreichen Kunden wie Air Berlin, Neckermann, Medion, A.T.U und weg.de nutzen auch Agenturen wie etwa Zieltraffic, bigmouthmedia, ad agents und One Advertising die Software. www.intelliad.de

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++
PR & Marketing für die digitale Welt
Andrea Buzzi
Tel.: 040 4321 86 55
E-Mail: intelliAd@frauwenk.de